

АННОТАЦИЯ

Тема выпускной квалификационной работы:

«Связи с общественностью как инструмент
продвижения имиджа территории:

технологии, тенденции, перспективы

(на примере Северо-Кавказского федерального округа)

Автор: Пшуков И.Н.

Научный руководитель: Овчарова Галина Борисовна

Стр. 70, прил. 6, библиограф. назв. 88

Ключевые слова: связи с общественностью, имидж, территориальный образ.

Актуальность темы исследования обусловлена тем обстоятельством, что в условиях современных реалий важным условием динамичного и поступательного развития территории является его целенаправленная, технологически формируемая репрезентация в общественном сознании. Сегодня к таким регионам, бесспорно, относится Северо-Кавказский федеральный округ, природно-климатический, туристский и инвестиционный потенциал которого является важным ресурсом его имиджеобразования. Однако в силу сохраняющейся политической нестабильности, конфликтогенности, угроз и рисков безопасности региона в сознании целевой аудитории формируется устойчивое представление об СКФО как о небезопасной территории, как с точки зрения ее посещения, так и в вопросах экономического и иных форм сотрудничества. Сказанное актуализирует научную необходимость выявления основных факторов территориальной привлекательности СКФО, способных повлиять на восприятие имиджа региона, и определения наиболее эффективной стратегии его позиционирования, ведущую роль, в реализации которой должны играть PR-технологии как наиболее действенные инструменты продвижения. Таким образом, заявленная проблема имеет как научно-теоретическую, так и практическую значимость, что и обусловило выбор темы исследования.

Объект исследования – система связей с общественностью как инструмент продвижения имиджа территории.

Предмет исследования – технологии, тенденции и перспективы использования связей с общественностью в продвижении имиджа Северо-Кавказского федерального округа.

Целью работы является систематизация и оценка эффективности основных PR-средств и технологий территориального имиджмейкинга и определение ресурсных возможностей и перспектив их комплексного использования в процессе продвижения позитивного имиджа Северо-Кавказского федерального округа.

Теоретическая значимость исследования заключается в комплексном и всестороннем анализе теоретических и практических проблем позиционирования и продвижения имиджа территории применительно к российской региональной практике. Результаты исследования позволяют обобщить опыт различных дисциплин, занимающихся вопросами репрезентаций и интерпретаций территориальных образов в индивидуальном и общественном сознании (семиотики, философии, психологии, социологии, геополитики, экономической географии, маркетинге, геоэкономике) и адаптировать его к практике связей с общественностью.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования отдельных выводов исследования (относительно закономерностей внутренней организации составных элементов образа территории, функций и механизмов его создания и продвижения, эффективности тех или иных технологий и средств PR-коммуникации) в процессе разработки типовой модели геоимиджа, а также решения ряда связанных с ним прикладных задач.

Результаты исследования. Некоторые результаты ВКР, в частности предложенный алгоритм создания комплексной коммуникационной PR-стратегии продвижения имиджа Северо-Кавказского федерального округа и др., могут найти применение в непосредственной деятельности органов власти СКФО в процессе разработки его имиджевой политики, организации взаимодействия со СМИ либо проведения PR-кампаний и отдельных PR-мероприятий, а также в работе других округов Российской Федерации, имеющих схожий комплекс задач политического и социально-экономического развития и проблем имиджевого позиционирования. На наш взгляд, именно нестандартная комплексная коммуникационная PR-стратегия продвижения имиджа СКФО и ее успешная поэтапная реализация позволят региону быть успешным игроком и выйти на передовые позиции в борьбе за инвестиции, культурные и социальные проекты, новые рабочие места, транспортные и туристические потоки и пр.

При этом следует иметь в виду, что содержание стратегии PR-продвижения имиджа СКФО не является чем-то академически строгим. Главное, чтобы оно было предметным, а не расплывчатым, привязанным к конкретной территории и конкретным проблемам, адресовано четко определенной целевой группе. Здесь важно учитывать, что процесс реализации стратегии PR-продвижения не менее сложен, чем ее разработка. Он

требует синхронных действий и одновременных усилий множества сторон. Как конечные целевые параметры, так и промежуточные результаты зависят от массы факторов, многие из которых являются неконтролируемыми. Поэтому достаточно сложно держать процесс реализации стратегии под полным контролем органов власти округа. Именно для этого и необходимо создание адекватной коммуникационной системы, обеспечивающей эффективное взаимодействие со всеми целевыми группами общественности.